

L'INFLUENCE DE LA COORDINATION MARCHANDE SUR LES PRATIQUES DE PRODUCTION ET LA GESTION DE LA QUALITE: FABRICATION DE BEURRE DE KARITE AU BURKINA FASO

Bridier Bernard¹, Konkobo Charlotte²

1. La qualité et les qualités

La définition de la qualité selon l'organisation internationale de normalisation (ou International Standard Organisation) s'inspire des travaux de Lancaster (Lancaster.K.,1966), qui montre que les consommateurs s'intéressent non pas au produit pris comme une totalité, mais à certaines caractéristiques de ce produit. Elle s'énonce ainsi : « la qualité est un ensemble de propriétés et caractéristiques d'un produit, d'un processus ou d'un service qui lui confère l'aptitude à satisfaire des besoins implicites ou explicites » (Norme ISO 8402).

De leur côté (Sylvander B.; Lassaut B.,1994) distinguent deux types de qualité : la qualité absolue et les qualités relatives. La qualité absolue exprime la conformité d'un produit à un niveau imposé réglementairement (qualité seuil) ou par un consensus social. Le produit doit satisfaire un standard minimum pour tous les consommateurs. Cette qualité se rapproche de l'idée du « produit sain et marchand ». Les qualités relatives expriment la présence d'une ou plusieurs spécificités qui n'ont pas l'obligation de satisfaire tous les consommateurs, mais qui ont vocation à satisfaire « un segment de marché ». Ces qualités (relatives) visent à différencier les produits et à tirer parti de l'individualisation des comportements de consommation

La norme de qualité vise à définir ou qualifier le produit, ou plutôt les caractéristiques du produit. Les caractéristiques du produit ne sont pas toutes visibles ; nous considérerons d'abord qu'elles sont incertaines, pas uniquement en raison d'un défaut d'information, mais aussi de la rationalité limitée des acteurs. Dans ce contexte d'incertitude, les acteurs sont amenés à se représenter les caractéristiques techniques de l'offre. Cette représentation s'appuie sur des « repères conventionnels » de différentes natures. Les conventions désignent « les divers outils, procédés et procédures qui règlent une relation, ou plus généralement assurent totalement ou partiellement une coordination entre agents économiques » (Chevassus-Lozza E., Valceschini E., 1992). La grille que nous utiliserons se réfère aux « Economies de la grandeur » (Boltanski L.; Thévenot L.,1991).

Salais et Storper définissent les « mondes de production » comme des ensembles cohérents de conventions pour la coordination des acteurs.(Salais R.; Storper M.,1993). Ainsi ils désignent une cohérence entre les produits, les manières de produire, l'organisation pour la production, les relations sociales dans la production et les échanges.

¹ Agro-économiste CIRAD Montpellier (France), UMR Innovation

² Sociologue, IRSAT, Département de technologie alimentaire, Ouagadougou (Burkina Faso)

Le modèle « domestique » repose sur un assemblage qui met en avant la référence à la tradition et les relations personnalisées. L'évaluation de la qualité du produit repose principalement sur des critères d'appréciation sensorielle, sur la confiance dans la tradition et sur les relations directes avec le producteur. Le modèle « industriel » assemble des ressources selon une logique de rentabilité, de standardisation, de l'objectivation des critères de qualité, de relations anonymes et de circuits de distribution de masse.

Pour l'étude de la qualité, nous situerons notre approche dans le cadre de l'économie des conventions. La qualité y est comprise comme une construction sociale (Eymard Duvernay, 1989), elle est négociée entre les acteurs. Elle correspond à un accord qui permet la coordination entre les acteurs durant l'échange économique. Avec (Casabianca F.; Sylvander B.; Noël Y.; Béranger C.; Coulon J.B.; Roncin F., 2005.), nous avons émis l'hypothèse qu'il existe localement des conventions de qualité sur les produits et les manières de produire. Comme eux nous avons discerné **un savoir-établi** qui construit l'identité du produit et assume des révisions périodiques, un **savoir – produire**, par lequel s'exprime la capacité des opérateurs à gérer des processus orientés vers la fabrication du produit ; **un savoir – évaluer**, qui est mobilisé au travers d'épreuves conçues pour assurer un jugement des attributs de qualité ; **un savoir – apprécier**, qui suppose une compétence par des consommateurs. Nous nous attacherons aussi à identifier les modes de coordination qui régissent les échanges au niveau local.

Le fait technique est compris comme un fait social total, enchâssé dans une communauté rurale (Haudricourt, 1964). Les techniques sont analysées comme des pratiques efficaces (Maus, 1935). Plus que les opérations simples, nous nous attacherons à décrire le « cheminement opératoire » et ses variantes. Dans une sociologie compréhensive des techniques, nous nous attacherons à identifier les conditions d'utilisation des différentes alternatives techniques. Nous ne nous intéressons pas seulement ici à des itinéraires formels, tels que synthétisés par des observateurs techniques (passage du savoir implicite au savoir explicite), ou par les représentations des acteurs eux-mêmes, mais à leur mise en jeu concrète par les acteurs. Ce sont des savoir-faire anciens, complexes, dont la transmission repose sur des apprentissages et sur des règles prescrites dans des relations intergénérationnelles (mère-fille).

Dans le cadre de cette communication, nous analyserons les réponses techniques et sociales pour la construction de la qualité du beurre de karité, apportées par les femmes productrices de villages de l'Ouest du Burkina Faso, face aux sollicitations des différents marchés qui s'offrent à elles. Nous montrerons que dans le cas étudié, c'est bien la coordination marchande et le type de marché-cible qui déterminent les décisions sur les techniques de transformation et la gestion de la qualité, et non l'inverse.

2. Le karité : une ressource ouest-africaine aux nombreux débouchés

Le beurre de karité a longtemps été une des principales sources de matière grasse d'origine végétale utilisées par les communautés non pastorales d'Afrique de l'Ouest (Pélissier G., 1979). Il est produit à partir des fruits de l'arbre à karité (*butyrospermum parkii* ou *vitellaria paradoxa*) présent dans toute la zone soudanienne d'Afrique du Sénégal à l'Ouganda. (Boffa J.M.J., 2000) Cet arbre n'est pas cultivé, mais ses pousses spontanées sont préservées dans les champs de culture, constituant ainsi de véritables « parcs ». L'arbre lui-même a été qualifié « arbre aux mille usages » (Bonkougou, 1987) pour les nombreuses utilisations de son bois, de son écorce, de ses feuilles et de ses fruits.

Le beurre de karité extrait des amandes connaît de nombreuses utilisations « traditionnelles ». Il est utilisé d'abord pour la cuisine comme matière grasse, pour la friture (beignets) ou la sauce des plats (haricot, gonré, feuilles bouillies). Il est utilisé comme produit cosmétique pour les soins des cheveux et de la peau, comme « huile de massage » notamment pour le massage des enfants, ainsi que comme médicament. Dans l'artisanat, il sert de lubrifiant ou permet d'étanchéifier les pirogues...Il était autrefois utilisé dans les lampes à huile.

Les propriétés du beurre de karité sont connues depuis longtemps pour son utilisation en chocolaterie ; le point de fusion plus élevé du beurre de karité permet aux couvertures de chocolat de ne pas fondre à température ambiante dans les pays tempérés.

Ses propriétés cosmétiques ont aussi été étudiées, ce qui a permis de mettre en évidence l'intérêt des « insaponifiables », des oligo-éléments présents.

La valorisation « industrielle » du beurre de karité a entraîné un mouvement commercial vers les pays européens, d'amandes et de beurre de karité.

La transformation alimentaire des produits végétaux étant du ressort des femmes en Afrique de l'Ouest, cette activité a donné lieu à de nombreux espoirs, au point d'assimiler le beurre de karité à « l'or blanc des femmes » (Unifem 1997).

Au Burkina Faso, de nombreux projets de développement ont vu le jour, à l'instigation de l'Etat ou d'ONG. (Saussey M, Konseiga S.P.F.. 2005). Beaucoup d'entre eux ont eu des objectifs techniques, notamment pour lever le goulot d'étranglement que paraît être l'opération de barattage (Bruisnma D.1997.), particulièrement par la promotion de l'utilisation de presses. Les projets les plus récents ont plutôt eu une orientation « marketing », recherchant les débouchés et l'organisation nécessaire pour l'exportation (Lovett P. 2004). Ces projets mettent bien en évidence que pour organiser les filières, il est nécessaire d'avoir une compréhension profonde des situations et des motifs de tous les acteurs. Sans cela, nous ne comprendrons pas pourquoi il y a adultération des produits, ou échec à atteindre les standards.

L'un des objectifs du projet FSP « karité et qualité », sur financement de l'Ambassade de France au Burkina Faso, est de répondre à la question de la capacité de l'artisanat alimentaire à répondre aux exigences de qualité du marché international.

3. Hypothèses et méthodes

Le projet Qualité et karité étudie les deux types de qualité identifiées par (Sylvander, Lassaut, 1994) ce qui conduit à étudier, d'un côté le produit en profondeur, de façon à en caractériser les attributs, de l'autre la notoriété et la typicité du produit et son identification à un territoire ou à un groupe de producteurs. Dans le cadre de cette communication, nous nous intéresserons uniquement au premier type de qualité, la qualité absolue, à sa construction sociale et au rôle des échanges dans les variations de la qualité.

Nous nous situons délibérément dans le cadre de l'économie des conventions. La qualité est considérée comme une construction sociale ; un compromis élaboré entre les offreurs et les demandeurs lors des échanges dans la filière. Ces agents économiques utilisent les conventions de qualité comme outils de coordination. Notre travail consistera donc à identifier les conventions et les épreuves de qualité utilisées à chaque échelon de la filière.

Hypothèse 1 :

La qualité des beurres de karité est lié à:

- la variation de qualité des matières premières
- la diversité des savoir-faire techniques mis en œuvre par les groupes humains (savoir produire)

Hypothèse 2

La qualité des beurres de karité est liée à la diversité des attributs valorisés par les agents. Ainsi les attributs de qualité sont mobilisés différemment (savoir établir):

1. selon les groupes culturels de référence,
2. selon les agents
3. selon l'utilisation du produit.

Hypothèse 3 :

La qualité des beurres de karité est liée aux conditions de la coordination des échanges

- capacités d'évaluation des attributs valorisés. (Savoir évaluer, savoir apprécier)
- prix,
- organisation...

Dispositif d'étude

L'analyse de la qualité est réalisée à l'échelon du village à partir d'entretiens de groupe de femmes, mettant l'accent sur les connaissances, les représentations, les conventions et les épreuves de qualité. Les pratiques de fabrication ont donné lieu à des observations in situ, ainsi qu'à des entretiens individuels avec des productrices.

Dans chaque village, le dispositif d'enquête a cherché à caractériser, pour un contexte donné, les différentes phases de la construction de la qualité : savoir-établir, savoir-produire, savoir-évaluer, savoir-apprécier.

La collecte de l'information a donné lieu à une enquête structurée comme suit :

1. Enquête village

L'enquête « village » a pour but d'identifier le contexte du village en fonction des critères de variabilité des terroirs retenus : situation agro-écologique, situation démographique, accès au marché, équipement du village, systèmes de productions agricoles, accès aux ressources et organisations des tâches pour la production du beurre de karité. Ce questionnaire est administré à 2 personnes-ressources ayant une bonne connaissance du village : technicien du CRPA, instituteur, élu local...

2. Enquête groupe villageois

L'enquête groupe villageois a pour objectif d'identifier les caractéristiques des amandes et des beurres de karité produits dans le village. Il s'agit ici d'identifier le savoir établir en termes de qualité du produit, et de manières de produire ; qui constituent les normes sociales pour la production du beurre de karité. Il s'agit donc d'identifier les normes idéales du produit et des manières de produire.

Le questionnaire se décompose comme suit :

- définition de la qualité du produit et des procédures de qualification
- utilisation du produit dans le village et pour la vente
- techniques et savoir-faire de production.

Le questionnaire est administré de manière semi-directive auprès d'un groupe de femmes volontaires (7-8 personnes).

3. Enquête production

L'enquête « l'unité de production » a pour objectif de mettre en évidence les différentes manières de produire – **savoir produire** - compte tenu des aléas de l'approvisionnement en matières premières, et de l'intention de commercialisation. Les mêmes unités de production peuvent alternativement travailler pour des marchés différents.

Nous différencierons les unités dites traditionnelles et les groupements. Les unités « traditionnelles » correspondent à des groupes d'entraides plus ou moins élargies, sous la responsabilité d'une femme propriétaire de la matière première et du produit fini. Au Burkina, les groupements sont des formes associatives souvent induites par les projets. Ils ont des objectifs et des contours variés, et servent outils d'intermédiation entre les productrices et les projets et/ou le marché.

a. Unité traditionnelle

Le questionnaire, après avoir identifié la productrice par son statut familial, son positionnement vis-à-vis du métier et son accès aux ressources, identifie les processus

techniques et les conditions de production. Il s'agit ici identifier les différentes variantes en fonction de la matière première, des équipements existants et la commercialisation prévue (**Savoir produire**). Il identifie aussi les critères et les compétences pour l'évaluation de la qualité du produit. (**Savoir évaluer**).

Échantillon : 2 unités de production traditionnelles par village.

La mission exploratoire a mise en évidence l'importance du savoir-faire des productrices et leur faculté d'adaptation aux caractéristiques de la matière première et conditions de l'échange. Il est apparu nécessaire de mettre en évidence des variantes correspondant aux variantes dans l'échange.

b. Groupement

L'enquête a pour but de le mettre en évidence le rôle du groupement dans la production et la commercialisation du beurre de karité et donc son rôle dans la construction de la qualité. Une première partie est consacrée à l'analyse du groupement : ces objectifs, son organisation, ses membres, ses relations à la fédération de groupements.

La mission exploratoire a permis de confirmer la typologie de (Guégan, 2003) concernant les formes d'organisation des groupements :

- production individuelle, vente par le groupement au bénéfice du groupement
- production individuelle, vente par le groupement au bénéfice de l'individu
- production par le groupement, vente par le groupement au bénéfice du groupement.

Si la production est réalisée au sein du groupement, l'enquête « savoir produire » sera administrée. L'enquête savoir évaluer sera administrée lorsque le groupement commercialise la production.

Échantillon : les groupements présents dans le village

4. Enquête « marché »

Observations des échanges entre productrices et acheteurs au niveau du village.

4. Résultats

Les normes de production et du produit

Le procédé de fabrication du beurre de karité des femmes « Bolons » de Faramana

Le beurre de karité est issu de l'extraction des matières grasses par barattage de l'amande de karité, selon l'itinéraire technique suivant.

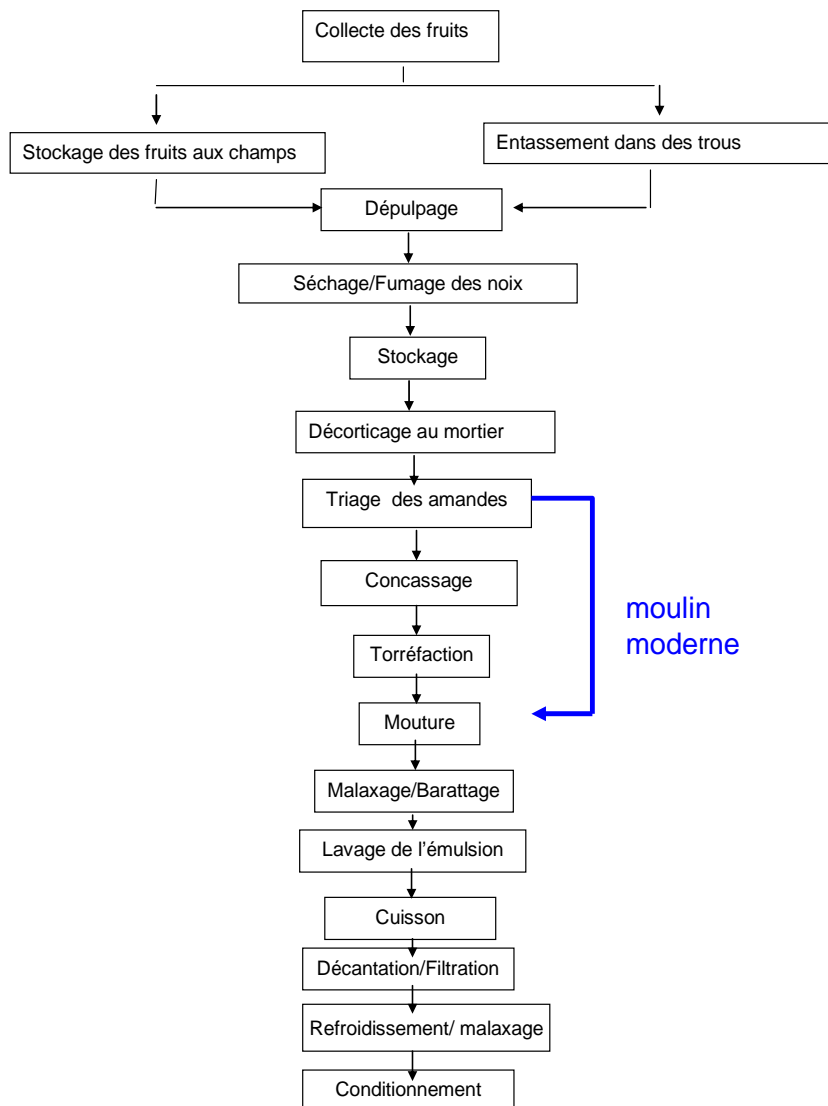


Fig. 1 : diagramme de production du beurre de karité – Faramana

Les noix de karité sont récoltées par les femmes individuellement ou avec leurs enfants du mois de mai au mois de juillet, alors qu'elles sont occupées aux travaux des champs : semis, sarclages. Elles ramassent les noix qui sont mis en tas sous un arbre ou stockées dans un trou dans le sol. Les femmes commencent la transformation à partir de début septembre, chacune dans leur cour, en faisant appel selon leur statut aux membres du groupe d'entraide auquel elle appartient. Les noix qui ont fermenté sont alors déulpées et mises à sécher au soleil puis dans des grands fours à feux nus ou couverts. Les noix sont alors décortiquées au mortier ou à l'aide de cailloux, et les amandes triées. Traditionnellement, les amandes sont concassées avec un maillet puis torréfiées dans une marmite. Elles sont ensuite moulues sur une meule dormante jusqu'à obtention d'une pâte couleur « chocolat ».

Ces 3 dernières opérations sont maintenant souvent remplacées par une simple mouture au moulin. Ces moulins acceptent des amandes entières, pourvu qu'elles soient suffisamment sèches.

De l'eau chaude est ajoutée à la pâte, qui est ensuite malaxée, puis barattée de façon à obtenir une écume blanchâtre, émulsion de matière grasse. L'émulsion est ensuite lavée (4 à 5 fois) jusqu'à ce qu'elle devienne propre, sans trace brune.

L'émulsion est mise ensuite à bouillir (« cuisson ») dans une marmite de façon à faire évaporer l'eau. On remue pour éviter le débordement de l'huile en ébullition. Puis on retire du feu et on laisse décanter quelques minutes, on filtre l'huile dans un tamis ou à travers un tissu blanc. On laisse refroidir tout en remuant de façon à éviter la formation de grumeaux. Le beurre de karité encore mou peut être facilement transvasé dans différents types de conditionnement.

Toutes les opérations se déroulent dans la cour de la productrice avec les ustensiles utilisés habituellement pour la cuisine. Il n'est pas fait usage d'outils spécialisés, dédiés à la fabrication de beurre de karité.

Le produit : le beurre de karité

Les attributs de qualité pour les productrices

	Bon	Mauvais
Couleur	Claire, blanc à jaune	gris
Odeur	Caractéristique	Odeur de fumée, odeur de rance
Toucher	Sans grumeau, colle au doigt, dur en période froide	Ne colle pas au doigt
Goût	Caractéristique	Amer, adhère à la langue
Densité	« Léger » /lourd. ?	Contient de l'eau

Il n'y a pas à proprement parler de différenciation entre le bon beurre alimentaire et le bon beurre cosmétique. Cependant les attributs de qualité sont plus stricts concernant le beurre à usage alimentaire. Le « mauvais » beurre sera plutôt utilisé pour la fabrication de savon et/ou l'artisanat.

Les facteurs de non-qualité pour les productrices

Le choix et le traitement des amandes influent fortement sur la qualité du produit. Les amandes germées, perforées ou moisies sont moins riches en huile et donnent un goût amer.

Certaines étapes du procédé apparaissent plus délicates ; ce sont notamment toutes les étapes mettant le produit en contact avec le feu. Les amandes peuvent être « cramées » lors du fumage des noix, ou lors de la torréfaction, donnant un mauvais goût et la couleur grise.

La couleur grise est aussi due à la présence d'impuretés dans le beurre, en raison d'un mauvais lavage de l'émulsion et de l'absence de filtration de l'huile.

La présence d'eau dans le beurre est due à une cuisson insuffisante, voire à un ajout d'eau lors du dernier malaxage.

Les marchés et leurs dispositifs

Faramana est un gros bourg frontalier du Mali, sur une route importante. Les productrices ont accès à trois types de marchés différents que nous appellerons « local », « régional » et « équitable ».

Le marché local

Le marché se tient à un rythme hebdomadaire. Les productrices peuvent y vendre leur production en petites quantités à la clientèle locale, généralement des femmes, qui l'utilise pour les usages « traditionnels ».

Le beurre de karité est vendu au **volume**, façonné en boules, pour un prix équivalent à une unité monétaire correspondant à une pièce de 25 francs CFA. Le prix de la boule reste fixe tout au long de l'année. C'est le volume de la boule qui varie et traduit l'évolution des prix du produit.

La cliente a la possibilité de voir, sentir, toucher et goûter un échantillon de beurre. De plus, les productrices vendeuses régulières sont connues, et reconnues pour leur savoir-faire et leur honnêteté. Ainsi, les attributs de réputation de la productrices s'ajoutent aux attributs sensoriels pour rassurer la cliente. Les clientes sont souvent elles-mêmes productrices et possèdent une grande expertise dans l'appréciation du produit.

Pour ce type de marché, la productrice développe une stratégie de production qui se rapproche du produit idéal et du procédé idéal. Les amandes sont soigneusement triées ; la productrice veille à éviter la présence d'impuretés, l'huile est soigneusement décantée et filtrée. Les facteurs de non qualité sont contrôlés par la productrice autant qu'il est possible.

A cela s'ajoute une particularité, qui est que la productrice s'applique à fabriquer un beurre « léger » de plus faible densité. Ce beurre « léger » est particulièrement apprécié pour un usage cosmétique, car il fond et s'étale facilement sur la peau. Le beurre « léger » est obtenu grâce à un « battage » de l'huile lors du refroidissement.

Le marché régional

De nombreux collecteurs burkinabés et maliens sont présents dans le village au plus fort moment de production de beurre de karité. Ces collecteurs sont souvent commandités par des grossistes de Bobo-Dioulasso (Burkina Faso) ou de Kouri (Mali). Les collecteurs ne connaissent pas la destination finale de leur collecte, ni les usages qui en seront faits.

Le beurre de karité est acheté au poids. Il est pesé avec la balance du collecteur. Les productrices n'ont pas toujours confiance dans la justesse des pesées, et certaines font peser leur production chez plusieurs collecteurs.

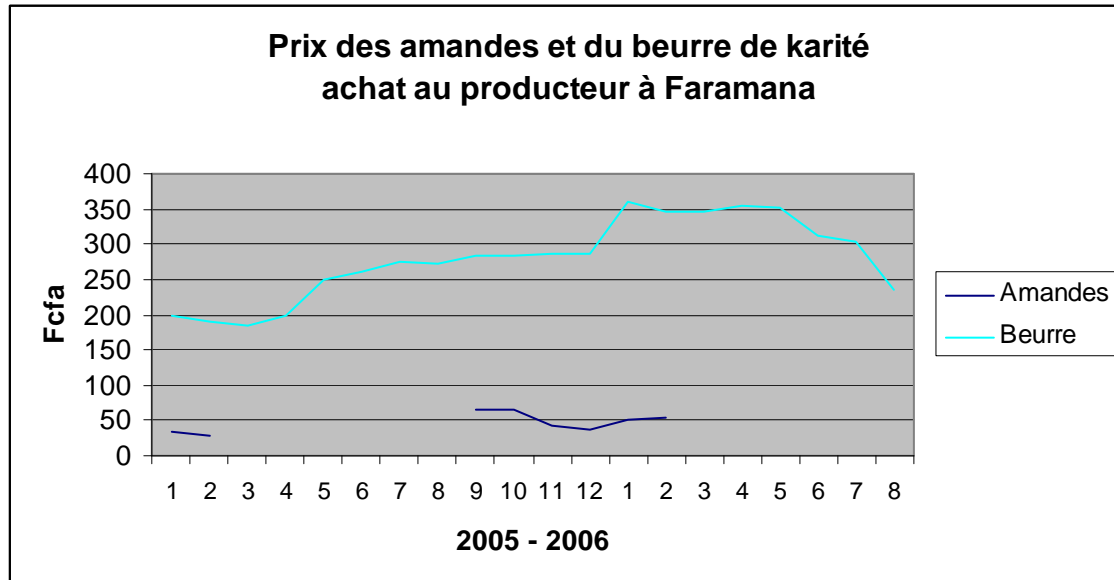
Le collecteur est particulièrement vigilant sur deux points : les impuretés et la présence d'eau dans le beurre. La présence d'impuretés est testée par la couleur du beurre et le découpage du beurre en morceaux lors de la mise en sac. La présence d'eau est testée de différentes manières : soit en creusant un « puits » dans le beurre et en vérifiant que l'eau ne suinte pas sur ses parois, soit en malaxant le beurre dans la main et en vérifiant l'aspect collant du beurre et l'absence d'eau suintant à la surface. Le beurre présentant trop d'impuretés ou d'eau n'est pas acheté par les collecteurs. Au-delà d'un seuil minimum de qualité, il n'y a pas de différenciation du produit.

Tous les achats de beurre sont mélangés par le collecteur dans le même sac, quelles que soient les variations de couleur du produit, de blanc à gris clair.

La négociation sur le prix est très limitée, particulièrement en période d'abondance du produit. La productrice n'a le choix que de changer de collecteur, essentiellement pour vérifier la pesée, car il n'existe pas de concurrence réelle sur les prix, ou de se reporter sur le « marché local » légèrement plus rémunérateur.

En période d'abondance, les prix sont généralement très bas, et rémunèrent très faiblement le travail de transformation des productrices. Sachant que le taux d'extraction en méthode traditionnelle est de l'ordre de 30% la valeur ajoutée par kilogramme de beurre est de 100Fcfa à 150 Fcfa par Kg (période de production observée de septembre à décembre 2005).

Graphe des prix à Faramana



Source Sonagess

Pour la vente au collecteur, le double objectif retenu par les femmes productrices est d'une part de « passer » le seuil de qualité requise et d'éviter de dépenser trop de travail à la fabrication.

Ainsi, les amandes ne seront pas triées mais utilisées « tout venant ». Les opérations de lavage de l'émulsion, de cuisson et de filtration seront réduites. Pour la vente au poids, les productrices préfèrent avoir un produit « lourd » de densité plus élevée. Pour cela, elles évitent le battage lors du refroidissement. De plus, le reliquat de décantation sera laissé moins important. La cuisson est plus rapide et incomplète, laissant une certaine quantité d'eau dans le beurre.

Il est dit que certaines productrices poursuivent cette logique jusqu'à l'adultération du produit, ajoutant des mucilages de plantes capables de retenir plus d'eau encore.

Le marché « équitable » de la « commande »

Une entreprise française de cosmétique achète une partie de son approvisionnement en beurre de karité au Burkina Faso depuis bientôt 20 ans. Un volume de 40 tonnes est acheté annuellement dans l'Ouest aux productrices par l'intermédiaire de l'union des groupements producteurs de karité du Houet (UGPKH).

L'Union regroupe des groupements affiliés, répartis le long de la route Bobo-Dioulasso Faramana. La vocation de l'Union est de gérer la commande annuelle de l'entreprise française. L'Union reçoit la commande et la répartit entre les différents groupements, qui eux-mêmes la divisent entre leurs adhérentes. Généralement, la période de production pour

« la commande » a lieu de septembre à décembre chaque année, période d'abondance de beurre de karité.

Chaque adhérente pourvoit à sa part de commande avec son groupe d'entraide. Le rôle du groupement est de regrouper et peser les productions, de pourvoir le conditionnement et de contrôler la qualité du produit, de payer la production à chaque adhérente. L'Union réunit chaque groupement en début de campagne pour vérifier que la commande a été répartie et pour rappeler les attributs de qualité souhaités. L'union a formé dans chaque groupement des « expertes contrôleuses » qui rappellent aux adhérentes les critères de la qualité souhaitée et vérifient que les opérations « critiques » du procédé de transformation sont bien respectées et réalisées.

La qualité recherchée correspond aux normes de la qualité « idéale » « traditionnelle ». Le battage n'est pas réalisé lors du refroidissement, de façon à obtenir un produit « dense ». Le beurre est contrôlé par les contrôleuses et les autres membres du groupement. S'il était « mauvais », le beurre ne serait pas acheté par le groupement.

Les standards de qualité industrielle ont été définis par arrêtés.

Les arrêtés n° 15 / DMR / DSA et n° 17 / DMR / DSA du 25 janvier 1980 ainsi que l'arrêté n° 188 A/E du 14 juin 1937 définissent les critères d'un beurre de karité de qualité marchande. Celui-ci répond de façon synthétique aux critères suivants :

- **couleur blanche ou jaune beurré ;**
- **aspect pâteux ou granuleux ;**
- **odeur caractéristique ;**
- température de fusion aux environs de 50°C ;
- densité : 0,900 – 0,902 ;
- indice de réfraction : 1,463 – 1,468 ;
- indice de saponification : 178 -193
- indice d'iode : 52 – 66 ;
- insaponifiable : 3 -10 % ;

Le conditionnement doit être réalisé en tonneaux pour le beurre destiné à l'exportation et en tonnelets ou bocaux pour le beurre vendu sur le marché local.

Il a été adjoint à ces critères deux autres indicateurs de qualité à savoir l'acidité qui ne doit pas dépasser 9% et **le taux d'impuretés qui doit être au maximum de 2%.**

Seuls les attributs sensoriels de la qualité sont identifiables par les groupements. Hormis le taux d'impuretés et le taux d'humidité, très peu de laboratoires ont la capacité de contrôler les autres critères, comme les taux d'insaponifiables et même l'acidité. En contrôlant le procédé, le groupement permet de passer les points critiques.

Cependant, la société française sous-traite à une société burkinabé la filtration, la désodorisation et la neutralisation du beurre de karité, avant son expédition en France. La plupart des défauts de qualité peuvent être rectifiés de manière industrielle.

Les prix payés aux productrices est fixe pour toute la campagne de septembre à décembre, et s'élève à 500 Fcfa le kilogramme. En appliquant le même taux d'extraction que précédemment, la valeur ajoutée par kilogramme de beurre est de 300Fcfa à 370 Fcfa par Kg (période de production observée de septembre à décembre 2005), soit près de 3 fois supérieur à celle du marché « régional » des collecteurs..

5. Discussion : Pilotage de la qualité : Savoir mobiliser les savoirs locaux en fonction de la coordination marchande

Les productrices de beurre de karité de Faramana ont montré qu'elles étaient des artisanes expertes, capables d'introduire des variantes dans leur itinéraire technique, selon la qualité de la matière première, et selon les marchés de destination de leur produit. Elles ont su adapter des innovations techniques, telles que l'utilisation de moulins en prestation de service.

Elles apparaissent réceptrices à l'innovation dans la mesure où leur effort est rémunéré et qu'il existe un débouché sûr pour leur produit. Si l'innovation demande un effort supplémentaire, celui-ci doit être rémunéré par un prix plus attractif.

Les productrices sont confrontées à des marchés différents où les **mondes de justification** se juxtaposent :

- le monde domestique du marché local où la productrice met en jeu sa réputation dans un monde d'interconnaissance ;
- le monde marchand où la divergence d'intérêt crée une tension qui se traduit par des tentatives d'édulcoration du produit ;
- le monde industriel, auquel elles n'ont accès qu'à travers une organisation hybride, « le groupement », qui assure l'intermédiation entre deux mondes - le monde domestique et le monde industriel- en réalisant la liaison entre les modes de justification.

Le marché régional des collecteurs apparaît peu transparent en ce qui concerne la qualité du produit. L'acheteur dispose de peu d'information, et les épreuves auxquelles il peut soumettre le produit sont très frustrées. L'article de G.A. Akerlof (1970) a montré, sur le cas des voitures d'occasion, que les mauvais produits chassent les bons. Si les acheteurs n'ont pas de repère pour évaluer la qualité d'un bien, ils suspecteront toujours le vendeur de vouloir leur vendre des produits de mauvaise qualité, ce qui entrave les échanges y compris sur les bons produits. Dans le cas présenté, c'est l'acheteur, le collecteur, qui est « donneur de prix ». Suspectant la qualité du produit, il offre toujours le prix le plus bas, acceptable par les productrices. Bien que l'étude ne l'ait pas vérifié, tout laisse supposer que cette suspicion persiste en aval de la filière. Ainsi en maintenant un prix bas, sans introduire de variation de prix selon la qualité, le marché régional incite à la production de volume (poids) au détriment de la qualité. Dans le cas des voitures d'occasion, G.A. Akerlof considère que la solution à ces problèmes d'asymétrie d'information passe par des

institutions permettant de lutter contre l'effet d'incertitude sur la qualité (garanties, marques...). Le marché local contre l'incertitude sur la qualité par la mobilisation de connaissances locales (réputation, expériences répétées) dues à la proximité des productrices et des acheteuses. Le marché « équitable » de la commande a résolu le problème d'asymétrie d'information, en introduisant un suivi de la fabrication au sein du groupement, et un contrôle social sur le produit fini. Pour le marché régional, si les institutions permettant de lever l'incertitude sur la qualité sont nécessaires, elles n'apparaissent pas suffisantes, car elles doivent s'accompagner d'une prime à la qualité – un prix plus élevé- pour rémunérer l'effort supplémentaire fourni par les productrices.

6. Conclusion

Les femmes productrices de beurre de karité **dominent des savoir-faire traditionnels** qui leur permettent de contrôler la stabilité de leur fabrication. Les productrices savent repérer les causes de non-qualité et qu'elles différencient les qualités selon les usages. Les savoir-faire ne sont pas figés ; ils savent évoluer et permettent de s'adapter à des dispositifs de marché différents dans leurs formes de coordination.

Elles savent produire un beurre de **qualité correspondant aux normes** des usages locaux. Les standards « internationaux » sont au-delà des épreuves possibles au niveau local.

La qualité se construit à travers les échanges et les institutions, (les épreuves de qualité), propre à chaque marché.

La convention simplement marchande, en stigmatisant la divergence d'intérêts, ne réussit pas à générer la qualité requise par les opérateurs industriels. La pression sur les prix d'achat et la faible institutionnalisation des transactions (contrôle des poids et mesures inexistant, faiblesse des épreuves d'évaluation) conduisent à édulcorer le produit.

Le passage de conventions de type domestique (personnalisée) à une convention industrielle (avec garantie impersonnelle, privée ou publique) peut être médiatisé par la construction d'organisations hybrides, que sont les Union de groupements de productrices. Un prix plus élevé autorise un contrôle procédural sur la qualité du produit.

C'est en replaçant l'action des productrices dans l'ensemble des liens sociaux, la diversité des marchés et des modes de coordination que l'on peut comprendre les pratiques de production et la gestion de la qualité du beurre de karité. Cette communication confirme l'utilité de l'approche de l'économie des conventions pour appréhender les problématiques de qualité et les formes de coordination.

Le beurre de karité l'or blanc des femmes ? Le grand espoir mis dans la production de beurre de karité pour générer des revenus et lutter contre la pauvreté est contrecarré par l'organisation et la faible institutionnalisation des échanges marchands au sein du marché régional, qui reste cependant le principal débouché de la production des femmes burkinabé.

Bibliographie

Akerlof G.A. 1970 The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism, *The Quarterly journal of economics*, vol 84, N°3, 488-500

Allaire G. 2002. L'économie de la qualité, en ses secteurs, ses territoires et ses mythes. *Géographie, Economie, Société* (4 (2002)): 155–180.

Barjolle D. ;Sylvander B. 2002. Some Factors of Success for Origin Labelled Products in Agri-Food Supply Chains in Europe: Market, Internal Resources and Institutions, . *Economies et Société, Cahiers de l'ISMEA, Série Développement Agroalimentaire*, (N°25, septembre-octobre 2002):

Bérard L.; Marchenay Ph. 2004. Les produits de terroir, entre cultures et règlements. CNRS éditions. p.

Boffa J.M.J. 2000. Les parcs agroforestiers en Afrique subsaharienne, *Cah. FAO Conserv.*, N° 34, 258 p.

Boltanski L.; Thévenot L. 1991. De la justification. Les économies de la grandeur. Paris. Gallimard. 485 p.

Bonkougou E. G. 1987. Monographie du Karité, *Butyrospermum paradoxum* (Gaertn. f.) Hepper, espèce agroforestière à usages multiples, Ouagadougou: IRBET-CNRST, 67 p

Bruisnma D.1997. La fabrication du beurre de karité: quelles technologies pour les femmes? *Bulletin du réseau, Technologie et partenariat en agroalimentaire* N° 13

Casabianca F.; Sylvander B.; Noël Y.; Béranger C.; Coulon J.B.; Roncin F.. 2005. "Terroir et Typicité : deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée Essai de définitions scientifiques et opérationnelles", *Communication pour le Symposium international "Territoires et enjeux du développement régional"*, Lyon, 9-11 mars 2005

Cheyns E. 2004. "Des dispositifs composites de qualification : Vente fidélisée et communauté professionnelle dans le commerce de la viande au Burkina Faso", *The 4th Congress on Proximity Economics:Proximity, Networks and Co-ordination* 17-18 Juin 2004, Marseille, GREQAM. 23p.

Chevassus-Lozza E., Valceschini E., 1992, « Les concepts de l'économie des conventions et leur articulation. », *Séminaire INRA/ESR sur l'économie des institutions*, Septembre 1992, pp 14-27.

Egg J.; Tallec F. 2004. "Coordination et promotion de la qualité dans les filières " céréales sèches" au Mali", *Coordination et qualité dans les filières agricoles du Sud*, Montpellier, 26p

Eymard Duvernay, 1986. La qualification des produits. in Le travail, marchés, règles, conventions, INSEE, Economica, Paris

Eymard Duvernay, 1995. La négociation de la qualité in Agro-alimentaire: une économie de la qualité, F.Nicolas et E.Valceschini (ed), Inra-Economica, Paris, P39-48

Guéguan M., 2003. Dynamisation commerciale de la filière karité au Burkina Faso: vers de nouvelles formes de mise en marché, mémoire d'ingénieur, CNEARC, Montpellier, septembre 2003

Haudricourt A. G. 1964 «La technologie, science humaine», La Pensée, 1964, 115, 28-35. (republié dans La technologie, science humaine ; Recherches d'histoires et d'ethnologie des techniques, Ed. de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris. 1987.)

Lancaster.K. 1966. A New Approach to Consumer Theory. Journal of Political Economy, (74): 132--157.

Lebailly P., Zagbai.S.H., 2002. "Le beurre de karité : situation et perspectives. CD-ROM", In : L'avenir des cultures pérennes, investissement et durabilité en zones tropicales humides : 5-9 novembre 2001, Yamoussoukro, Côte d'Ivoire. - Montpellier : CIRAD,

Letablier M-Th.; Boisard P. 1987. Le camembert : normand ou normé. Deux modèles de production dans l'industrie fromagère Entreprises et produits, CEE/PUF, (Cahier n° 30, Paris): pp.1-30.

Letablier M-Th.; Boisard P. 1989. un compromis d'innovation entre tradition et standardisation dans l'industrie laitière. in L. Boltanski et L. Thévenot (dir.) (ed.)^(eds.) Justesse et justice dans le travail, Paris: CEE/PUF, 209-218.

Lovett P. 2004. The shea butter value chain production, transformation and marketing in West Africa, WATH 52 p.

Masters E.T., J. A. Yidana J.A., Lovett P.N., Reinforcing sound management through trade: shea tree products in Africa. Unasylva -, (No. 219 - Trade and sustainable forest management)

Mauss M., 1935. Les techniques du corps. Journal de psychologie, vol 32, n°3-4, p. 271-293

Pélissier, P. 1979. "L'arbre dans les paysages agraires de l'Afrique noire" in Le rôle des arbres au Sahel. IDRC, Ottawa.

Roqueplo Ph. 1983 Penser la technique. Paris. Seuil. 249 p.

Salais R.; Storper M. 1993. Les mondes de production. Enquête sur l'identité économique de la France. Paris. Edition de l'EHESS.

Saussey M, Konseiga S.P.F.. 2005. État des lieux des actions menées dans la filière karité, Ouagadougou: IRSAT-DTA, 111 p.

Sylvander B.; Lassaut B. 1994. L'évolution contemporaine du secteur agro-alimentaire et l'incertitude. in Multon J.L. (ed.)^(eds.) "La qualité des produits agro-alimentaires : politique, incitations, gestion et contrôle". Paris,. Lavoisier, 28-59.

Unifem 1997. Le karité. L'or blanc des africaines , UNIFEM, Bureau régional de Dakar, 41p.